higher education & training

Department:
Higher Education and Training
REPUBLIC OF SOUTH AFRICA

NASIENRIGLYN

NASIONALE SERTIFIKAAT (BEROEPSGERIG)

REKLAME EN PROMOSIES
NKR-VLAK 3

18 Februarie 2025

Hierdie nasienriglyn bestaan uit 6 bladsye.

Kopiereg voorbehou

AFDELING A

VRAAG 1

1.1 Onwaar
1.2 Waar
1.3 Waar
1.4 Onwaar
1.5 Waar
1.6 Onwaar
1.7 Waar
1.8 Waar
1.9 Waar
1.10 Waar

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 2

2.1 D
2.2 I
2.3 B
2.4 J
2.5 A
2.6 C
2.7 K
2.8 H
2.9 E
2.10 G

(10 × 1) **[10]**

VRAAG 3

3.1 Monster
3.2 Strategiese bemarking
3.3 Teikenmark
3.4 Differensiasie
3.5 Gemorspos
3.6 Handleiding
3.7 Fokus
3.8 Bo na onder
3.9 Nis
3.10 Markgeleenthede

(10 × 1) **[10]**

TOTAAL AFDELING A: 30

AFDELING B

VRAAG 4

4.1
- Dit is die proses wat 'n maatskappy onderneem om sy nuwe✓
- of opgedateerde produkte na die mark te bring.✓ (2)

4.2
- Stap 1: Identifiseer die teikengehoor.
  Tieners tussen die ouderdom van 16–24 wat 'n buitelugleefstyl het.✓✓
- Stap 2: Besluit op die boodskap en doelwit wat gekommunikeer moet word.
  Die bekendstelling van die nuwe produk aan die mark.✓✓
- Stap 3: Besluit oor die begroting.
  Plakkate in die winkel – R500 000 vir 500 plakkate✓
  Brosjures – R200 000 vir 100 brosjures✓
- Stap 4: Kies die promosie-elemente wat gebruik moet word.
  Plakkate in die winkel, brosjures, aanlyn✓✓
- Stap 5: Implementeer die plan.
  Lei personeel op om die plan suksesvol te maak.✓✓
- Stap 6: Besluit hoe die resultate gemeet sal word.
  Verkeer in die winkel en aanlyn-bestellings van klante✓✓

(LET WEL: Geen punte moet vir stappe gegee word nie, slegs relevante toepassing van die stappe.)

(6 × 2) (12)

4.3 4.3.1 Nuwe media ✓✓ (1 × 2) (2)

4.3.2
- Kan kreatief wees✓
- Lae koste✓
- Gebruiker kies produkinligting✓
- Kan direk aan klant verkoop✓
- Kan op die webwerf rondbeweeg✓ (5)

4.3.3
- Slegs vir rekenaar- of selfoongebruikers✓
- Moeilik om gebruikers geïnteresseerd te hou✓
- Moeilik om resultate te meet✓ (3)

4.4
- Semiformeel, jeans✓✓
- Tekkies✓✓
- Maatskappy-gholfhemde✓✓ (Enige relevante antwoord)

(Enige 3 × 2) (6)
[30]

VRAAG 5

5.1 STAP 1: Identifiseer die teikenmark.

- Huishoudings wat belangstel om 'n televisie te koop✓✓

STAP 2: Besluit oor die boodskap wat jy wil kommunikeer.

- Doelwit – om die verkope van die produk met 20% te verhoog✓✓

STAP 3: Besluit op die hoeveelheid geld wat jy wil spandeer.

- R500 000 vir 3 maande ✓✓OF
- R200 000 vir maand 1, R200 000 vir maand 2, R100 000 vir maand 3

STAP 4: Kies die promosie-elemente wat jy gaan gebruik.

- Pamflette in koerante ingevoeg, plakkate in die winkel✓✓

STAP 5: Implementeer die plan.

- Geldigheidsdatum: 25/10/25 tot 24/12/2025 ✓✓OF
- Lei personeel op deur 'n opleidingshandleiding te verskaf

STAP 6: Besluit hoe die resultate gemeet sal word.

- Kyk of die 20%-verkopeverhoging bereik is (STAP 2) ✓✓

(Enige relevante antwoorde. STAP 2 en STAP 6 MOET OOREENKOM.)

(Enige 6 × 2) (12)

5.2

- Handelsware benodig ✓– Samsung-televisie.✓
- Promosiemateriaal benodig ✓– Pamflette en plakkate.✓
- Belangrikheid van tydlyn ✓– Plakkate moet op 25/10/25 vertoon word.✓
- Implementering van die plan ✓– hou by die tydlyne en begroting.✓
- Opleiding van die personeel – Personeel sal 'n opleidingshandleiding ontvang.

(Hierdie antwoord MOET ooreenstem met die antwoord op VRAAG 5.1)

(Enige 4 × 2) (8)

5.3

- Kontroleer vlakke van goedere✓
  Maak seker jy het genoeg voorraad van die produkte wat op promosie is.✓
- Kontroleer kwaliteit van promosiemateriaal✓
  Maak seker promosiemateriaal is netjies, nie gebuig nie, hang in die regte posisie.✓
- Identifisering van promosieprobleme✓
  Probleme kan wees dat plakkate beskadig is of voorraad wat nie betyds afgelewer word nie. Wees op die uitkyk vir enige probleme tydens die promosie.✓
- Neem regstellende stappe✓
  Sodra 'n probleem geïdentifiseer is, neem onmiddellike stappe om dit op te los.✓

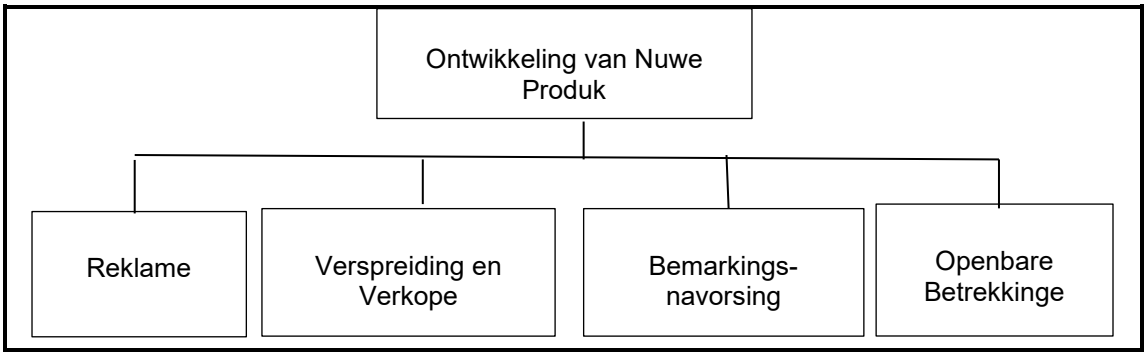
(4 × 2) (8)

5.4 Selektiewe verspreiding ✓✓ (1 × 2) (2)

[30]

VRAAG 6

6.1



(Ken punte toe vir enige VYF departemente) (5 × 2) (10)

6.2
- Onopgeloste konflik ✓– konflik kan mense verhoed om hul werk behoorlik te doen as geen oplossing gevind word nie.✓
- Gebrek aan kommunikasie ✓– As spanlede nie aangesê word wat om te doen nie, sal hulle nie hul werk behoorlik kan doen nie.✓
- Gebrek aan doelwitte ✓– 'n Span kan nie doeltreffend werk as spanlede nie weet wat die doelwit is waarna hulle streef nie.✓
- Gebrek aan leierskap ✓– Die spanleier moet spanlede ondersteun en help. ✓

(4 × 2) (8)

6.3 6.3.1 Opvolg ✓✓ (1 × 2) (2)

6.3.2
- Die doel is om seker te maak dat die kliënt tevrede is✓✓
- en om die kliënt aan te moedig om meer produkte te koop en lojaal te bly.✓✓
- Opvolg sluit in die reël van aflewering van die produk en die reël van betalings.✓✓
- Die verkoopspersoon moet reël om die kliënt te besoek om seker te maak dat die produk behoorlik werk.✓✓
- Die verkoopspersoon moet ook die kliënt herinner wanneer die produk gediens moet word en wat om te doen as die produk herstel moet word. ✓✓

(5 × 2) (10)

[30]

VRAAG 7

7.1 7.1.1 Integrasie is wanneer verskillende departemente in 'n besigheid saamwerk ✓en saamspeel.✓ (2)

7.1.2
- Die rekeningbestuurder gee veranderinge van die kliënt na die kunsafdeling.✓✓
- Die kunsafdeling werk saam met die media om die advertensies te bespreek.✓✓
- Die navorsingsafdeling gee inligting aan die aankoopafdeling.✓✓
- Die produksieafdeling skakel met die rekeningkundige afdeling oor die finansies.✓✓
- Die rekeningtoesighouer werk saam met die personeelspan om gekwalifiseerde kandidate te kry.✓✓

(Enige relevante voorbeelde uit die organogram wat wys hoe verskillende departemente saamwerk) (Enige 5 × 2) (10)

7.1.3
- Identifiseer sleutelelemente van die mededingers se strategieë.
- Identifiseer die maatskappye se doelwitte.
- Vind uit hoe die maatskappye hul hulpbronne gebruik.
- Vind uit hoe die maatskappye hul bemarkingsmengsel gebruik.
- Identifiseer die maatskappye se sterk- en swakpunte. (5)

7.1.4 Hulle moet inligting soek oor hul:
- Mededingers✓
- Verbruikers✓
- Verbruikers se behoeftes✓ (3)

7.2
- Skep bewustheid ✓– Maak die teikengehoor bewus van jou nuwe produk/diens.✓
- Lig die mark in ✓– Verskaf inligting oor jou produk, wat wys hoe anders en uniek dit is as dié van die kompetisie.✓
- Skep begeerte✓ – Die publiek moet goed voel oor jou produk en moet daaraan dink om dit te koop.✓
- Moedig mense aan om die produk te koop ✓– Moedig mense aan om jou produk te koop deur jou tegnieke vir verkoopsbevordering te gebruik.✓
- Bou lojaliteit✓ – Maak seker dat kliënte jou produk keer op keer sal koop. ✓

(5 × 2) (10)
[30]

TOTAAL AFDELING B: 120
GROOTTOTAAL: 150

Kopiereg voorbehou